

CAI  
CH800  
-1998  
FOI

Government  
Publications

the road to success


*report of the  
feature film  
advisory committee*



Canadian  
Heritage

Patrimoine  
canadien

Canada



Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761114655483>

the road to success

*report of the*

*feature film*

*advisory committee*



Canadian  
Heritage

Patrimoine  
canadien

Canada

Copies of this document are available from:

Department of Canadian Heritage  
Cultural Industries Branch  
15 Eddy Street, 4th Floor  
Hull, Quebec K1A 0M5

Telephone: (819) 997-5690  
Fax: (819) 997-5709

Internet: <http://www.pch.gc.ca>

© Minister of Public Works and Government Services Canada 1999  
Cat. No. CH44-1/1999  
ISBN 0-662-64021-7

# Table of Contents

<i>Feature Film Advisory Committee Members</i> - - - - -	<i>i</i>
<i>Executive Summary</i> - - - - -	<i>ii</i>
<b>1. Introduction</b> - - - - -	<b>1</b>
<b>2. Canada's Cinema Verité</b> - - - - -	<b>3</b>
<b>3. Where We Go from Here</b> - - - - -	<b>5</b>
Goals for Canada's Feature Film Industry - - - - -	5
Cornerstone Changes - - - - -	6
<b>4. Revamping the Production Services Tax Credit</b> - - - - -	<b>9</b>
<b>5. A New Feature Film Fund</b> - - - - -	<b>11</b>
Increased Federal Funding - - - - -	11
Consolidating Existing Programs - - - - -	12
<b>6. The New Film Fund: Programs and Governance</b> - - - - -	<b>13</b>
Automatic Funding for Production and Marketing - - - - -	13
Selective Funding for First-time Production and Training - - - - -	13
Support for Canada's Audio-visual Heritage - - - - -	14
Governance and Funding Mechanisms - - - - -	14
<b>7. Partnerships with National Cultural Institutions</b> - - - - -	<b>15</b>
Canadian Broadcasting Corporation/Radio-Canada - - - - -	15
National Film Board of Canada - - - - -	16
<b>8. Increased Involvement from Public and Private Broadcasters</b> - - - - -	<b>17</b>
Investment and Licence Fees - - - - -	17
Better Scheduling - - - - -	18
Bonus Time Credit - - - - -	18
Promotional Opportunities on Air - - - - -	18
Increased Revenues from "Broadcast Distribution Undertakings" - - - - -	18
<b>9. Strengthening the Canadian Distribution Sector</b> - - - - -	<b>19</b>
Maintaining Policies - - - - -	19
Strengthening Policies - - - - -	19
<b>10. Other Options Encouraging Private-Sector Investment</b> - - - - -	<b>21</b>
Flexibility for Telefilm's Loan Guarantee Program - - - - -	21
Creation of a Labour-Sponsored Capital Fund - - - - -	21
<b>11. Conclusion</b> - - - - -	<b>23</b>
<b>Appendix: Recommendations</b> - - - - -	<b>25</b>



## Feature Film Advisory Committee Members

### Tom Berry

Representing the Canadian Film and Television Production Association,  
President, Legend Entertainment and Producer, Allegro Films

### S. Wayne Clarkson

Executive Director, Canadian Film Centre

### Lisa de Wilde

President, TMN Networks Inc.

### Michael Donovan

Representing the Canadian Film and Television Production Association,  
Chairman and Chief Executive Officer, Salter Street Films Ltd.

### Ted East

Representing the Canadian Association of Film Distributors and Exporters,  
Vice-President, Production and Acquisitions, Alliance Pictures

### Roger Frappier

Representing l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec,  
President and Producer, Max Films

### Michael Herman

Director, Motion Picture Theatre Associations of Canada

### Robert Lantos

Serendipity Point Films, and Chairman Emeritus, Alliance Atlantis Communications

### André Link

Representing the Canadian Association of Film Distributors and Exporters,  
Chief Executive Officer, Lions Gate Films Inc.

### Denise Robert

Representing l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec,  
President, Cinémaginaire Inc., and Chair, Cinémathèque québécoise

### Tom Rowe

Representing the Canadian Film and Television Production Association,  
President of Creative Affairs, Pacific Motion Pictures

### Michael Spencer

Executive Director of the Canadian Film Development Corporation (1968-1978)  
Chairman, The Completion Guarantors

### Carole Vivier

Chief Executive Officer, Manitoba Film and Sound Recording Development  
Corporation

## Executive Summary

On the occasion of Telefilm Canada's 30th anniversary in February 1998, the Minister of Canadian Heritage, Sheila Copps, launched a review of Canada's feature film policy.

To assist in this study, Minister Copps called together individuals from the feature film industry for guidance. Our 13-member group represents a cross-section of the disciplines involved in the production, distribution and exhibition of Canadian feature films. Together we have experience in each region of Canada and know the international world of film well.

Our collaboration in reviewing Canada's feature film policy has benefited from the informed and enthusiastic input of close to 100 individuals, associations and businesses. We also benefited from round-table consultations held during the summer with over 80 feature film industry experts.

The written briefs, Internet submissions and regional consultations described traditional challenges for Canadian feature films, and many contributors provided thoughts on innovative solutions. The Feature Film Advisory Committee has come to a consensus – with only a couple of exceptions – on the direction the federal government must now take.

We believe that our package of recommendations will be instrumental in increasing the production capacity, diversity and availability of Canadian films.

### Landmarks in a Less Than Hospitable Environment

Canadians like to go to the movies. Cinema attendance and box-office receipts are climbing.

What's more, Canadians have a great attitude about filmmaking in Canada. Angus Reid polling shows that a majority of those surveyed believe that it's important to have Canadian films to choose from at their local theatres.

Canadians aren't alone in their appreciation of Canadian feature films. Around the world, Canadian films and filmmakers are making waves at important film festivals in Berlin, Cannes, Venice and at Sundance – to name just a few.

*C't'à ton tour, Laura Cadieux (It's Your Turn, Laura), The Confessional, Crash, The Decline of the American Empire, Double Happiness, Eldorado, Exotica, The Hanging Garden, Jésus de Montréal, Last Night, Les Boys, The Red Violin, The Sweet Hereafter, Thirty-two Short Films about Glenn Gould, Un zoo la nuit, August 32nd On Earth, and 2 Seconds* are just some of the Canadian films that have earned international acclaim and box-office success.

These films, and the creative talent who are responsible for bringing them to the screen, instill pride in Canadians. They project an image of our country and ourselves abroad – providing immeasurable goodwill and promotion of Canadian culture and commerce.

Economically, feature films form an integral part of the larger film and television production sector that accounts for more than 30,000 direct jobs and contributes \$2.8 billion to Canada's economy. This industrial engine is fuelled by the combined support of the private and public sectors. Every dollar of federal investment in feature film generates another \$3.88 in investment from other sources. Together this investment has a spin-off effect in supplier and related sectors.

These achievements cannot be discussed without an honest look at the less than hospitable environment in which Canadian filmmakers work. In fact, this environment has been consistently hostile to the creation of Canadian feature films even before the government began planning active financial support for feature films in the 1960s.

On average, Canadian films capture only 2 to 3% of the box office. More than 85% of the money Canadians spend at the cinema flows to non-Canadian businesses. These statistics raise issues about the films against which Canadian features compete. The average budget of a Canadian feature fails to compare with other countries. These days we tend to put down \$1.5 million to make a film and 10% of that, or \$150,000, to promote it. In contrast, US filmmakers spend around \$76 million on a film, of which \$20 million is spent on world marketing alone.

Canadian film budgets have also been dropping over the past few years, in part due to reduced government funding. This in turn restrains filmmakers' storytelling and restricts artistic range.



Director François Girard sets up a shot for *THE RED VIOLIN*

## The Road to Feature Film Success

Canadian filmmakers don't seek to imitate the skyrocketing budgets of Hollywood. However, we do believe that the public and private sector must work together to foster an environment where filmmakers have access to secure financing and have the ability to set aside reasonable funds for promotion.

Having considered the world in which film operates, the industry's successes and continuing challenges, our recommendations present what we believe is the best "package" of initiatives to achieve our objectives for Canadian feature film.

### Our overall conclusions include the following points:

- Structural changes must be implemented in tax programs supporting Canadian feature films to improve their effectiveness.
- A significant new federal investment is necessary to foster a healthy Canadian feature film industry.
- Existing institutions and programs must be consolidated and refocused to maximize their benefit to the feature film industry and to Canadian moviegoers.

### Simply put, by the year 2004 our goal is to see, at minimum, achievement of the following objectives:

- an increase in Canadian films' share of screen time from 2% to 10%;
- an increase in the number of Canadian feature films produced each year;
- an increase in Canadian films' share of box-office revenues;
- an increase in the quality of the Canadian films produced;
- an increase in the average budget of Canadian films;
- an increase in support by the public sector for Canadian feature films;
- an increase in investment by the private sector in Canadian feature films; and
- an increase in the strength and quality of Canadian distribution and marketing efforts.

To achieve these goals, the public and private sectors must work together to ensure that the Canadian feature film industry has sufficient financial resources to make available films that Canadians and the world will want to watch.

We unanimously recommend that a minimum of \$150 million per year be made available for the industry to achieve the goals we have set. This amount combines funds from existing sources with a renewed investment of \$50 million from the federal government. The key components of the \$150-million pool are reflected in the recommendations that follow.

1. The federal government should amend the Production Services Tax Credit to ensure that only Canadian feature film producers producing Canadian feature films for theatrical release are permitted access to the program. The Committee recommends that the tax credit calculation be increased from a rate of 11% to at least 20% and that the calculation be made much more straightforward and be based on uncapped labour costs.

This approach would result in a much simpler calculation of the tax credit and would eliminate many of the tests that currently favour foreign producers over Canadian producers. This change would demonstrate the federal government's commitment to the feature film industry by providing it with its own dedicated tax program without requiring any new fiscal resources.

It is estimated that these changes would provide Canadian producers with about \$55 million for Canadian productions.

2. A new feature film fund should be created, consisting of:
  - an infusion of at least \$50 million in new federal money to support the production, distribution and marketing of Canadian feature films; and
  - the consolidation of at least \$53 million of the existing funds supporting feature films at Telefilm Canada and the Canadian Television Fund.
3. The new feature film fund should function as follows:
  - a majority of the funds (up to 80%) should flow through an automatic trigger based on box-office receipts and international success;

- no less than 20% of the funds should flow on a selective basis and targeted to projects not qualifying under the automatic fund as well as to emerging filmmakers, training and Canada's cinemathèques; and
  - the fund should be governed by a joint private- and public-sector board of directors, with a majority of board members being industry representatives.
4. A stronger partnership with Canada's national cultural institutions should be forged, with:
    - a commitment of at least \$25 million by CBC/SRC to increase investment in and licensing of independently produced Canadian feature films; and
    - a contribution of at least \$5 million to a fund for emerging filmmakers by the National Film Board of Canada.
  5. The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) should be directed to work with Canada's broadcasters to increase their involvement in the independent production, scheduling and promotion of Canadian feature films.
  6. New regulatory or legislative options to strengthen the Canadian distribution sector should be developed.
  7. Options for increasing private-sector funding should be considered, including:
    - Telefilm's loan guarantee program; and
    - the creation of a labour-sponsored venture capital fund.

Essentially, we believe that Canada must foster an environment in which Canadians have more and more Canadian films to choose from, where Canadian filmmakers can continue to make outstanding films, and Canada can go on winning international acclaim for innovative and entertaining films.

Canadians deserve to see themselves, their history, their geography and their dramas interpreted in films.

# 1. Introduction

Contrary to predictions that the influential Baby Boomer demographic would experience a “nesting” phase, film is a hot medium and Canadians are flocking to the cinema. Movie theatre attendance is climbing steadily. Twenty million more tickets were sold in 1996-97 than were sold five years before. That added up to 92 million admissions.<sup>2</sup> This avid interest has led to record-breaking box-office receipts of \$441 million in 1996-97, up from \$380 million five years earlier.<sup>3</sup>

In general, Canadians have very healthy attitudes toward the Canadian film industry. A majority of respondents believe it is important that Canadian features be shown in Canadian theatres. They also feel that Canadian feature films are of comparable quality with those made in other countries and that there should be more promotion of Canadian movies at home and abroad.<sup>4</sup>

It's not just Canadians that appreciate Canadian films. Of the 7,000 films produced worldwide, Canadian productions are consistently selected for – and win recognition at – film festivals around the world, including prestigious events in Berlin, Cannes, Venice and Sundance.

*C't'à ton tour*, *Laura Cadieux* (*It's Your Turn, Laura*), *The Confessional*, *Crash*, *The Decline of the American Empire*, *Double Happiness*, *Eldorado*, *Exotica*, *The Hanging Garden*, *Jésus de Montréal*, *Last Night*, *Les Boys*, *The Red Violin*, *The Sweet Hereafter*, *Thirty-two Short Films about Glenn Gould*, *Un zoo la nuit*, *August 32nd On Earth*, and *2 Seconds* are part of a long list of the Canadian films that have earned acclaim and box-office success.

There's a great deal of teamwork necessary to deliver these movies to the screen. In this report, when we refer to “production”, we include all aspects of the film-making process – from creative conception to script development and principal photography to post-production.

Canadian directors such as Denys Arcand, Charles Binamé, Manon Briand, David Cronenberg, Atom Egoyan, Denise Filiatrault, Thom Fitzgerald, François Girard, Robert Lepage, Guy Madden, Bruce McDonald, Don McKellar, Patricia Rozema, Mina Shum, John Smith, Lynne Stopkewich and Denis Villeneuve stand out as filmmakers who have won international praise for their work and have attracted enthusiastic audiences to see their films.

There are many partners in the film industry – creators, producers, distributors, theatre operators, video clubs, broadcasters, consumers, and governments.

But there is only one challenge: a better future for the Canadian film industry.

—SHEILA COPPS, MINISTER OF CANADIAN HERITAGE<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Speech marking the 30th anniversary of Telefilm Canada, Montreal, February 1998

<sup>2</sup> Statistics Canada, *Canada's Culture, Heritage and Identity: A Statistical Perspective*, Cat. #87-21-XPB (December 19, 1998) & *Motion Picture Theatres Survey* Cat. #87F0009XPE (August 24, 1998)

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Angus Reid Group Inc., *Canadians at the Movies: Attitudes and Behaviours towards Canadian Cinema*, April 1998

The fact that we can go  
to places like Mexico  
or Singapore where people  
have a sense of what  
Canadian cinema is...  
it's miraculous.  
—ATOM EGOYAN

These creators instill pride in Canadians, and we must encourage an environment in which they, and all the talented filmmakers, writers and actors, can continue to create outstanding Canadian feature films.

Their work projects the image of our country and ourselves abroad – providing immeasurable goodwill and promotion of Canadian culture and commerce. Feature films remain an emblem of any country's drive to export its culture, and Canada cannot afford to be left out.

Economically, the film industry plays an integral part in Canada's film and television production sector, accounting for more than 30,000 direct jobs and contributing \$2.8 billion to Canada's Gross Domestic Product.<sup>5</sup>

Based on Canadian Heritage estimates, every dollar of federal investment in feature film (primarily through the Canadian Film or Video Production Tax Credit and Telefilm Canada) generates an investment of \$3.88 from all other sources.<sup>6</sup>

These figures alone point to the enormous contribution of the private sector to the film and television production business. From producers, who raise the funds to make a film and, in addition to investing, often absorb considerable infrastructure costs in an effort to see it succeed, to distributors who help with financing and often absorb significant distribution expenses, to broadcasters – the private sector is integral to Canadian filmmaking.



<sup>5</sup> Statistics Canada includes figures generated by production, distribution, videocassette wholesaling and movie theatre exhibition. Television productions are also captured in these figures because most feature film producers are involved in both spheres of activity.

<sup>6</sup> Including all other public sources such as the provinces.

## 2. Canada's Cinema Verité

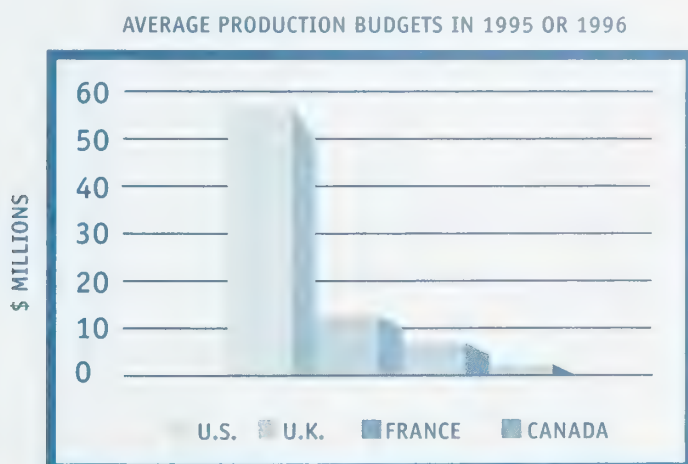
The problems facing Canadian cinema are not new and existed even before the federal government began planning active financial support for feature film production in the 1960s.

Canadian films account for only 2 to 3% of movie box-office revenues annually.<sup>7</sup> Québec films, on average, reach a slightly higher 4%-mark. This situation results in more than 85% of the money Canadians spend at the cinema flowing to non-Canadian businesses.<sup>8</sup> Moreover, because of funding cuts in the public sector, and at Telefilm Canada in particular, Canadian producers' access to support has become increasingly insecure.

As a result, for Telefilm-financed projects between 1990 and 1995, the average production budget of English-language films dropped from \$4.2 million to \$1.6 million. French-language film budgets dropped from an average of \$2.9 million to \$1.5 million.<sup>9</sup> In the three years since, budgets have remained more or less at the same levels.

To put these figures in a global context, Canada's average production budgets are not competitive with those of other developed countries. (See Figure 1.) Our budgets have shrunk since the 1980s, while those in Europe have grown.

Figure 1.



Source: Michel Houle, 1997

<sup>7</sup> Paul Audley & Associates Ltd., *A Review of Trends and Policy Issues in the Canadian Film Exhibition Industry*, September 1997, p. 4.

<sup>8</sup> Canadian firms distribute non-Canadian films, partially accounting for the difference between box-offices revenues for Canadian films and the 15% of Canadian consumer spending remaining in the country.

<sup>9</sup> Mandate Review Committee, *Making Our Voices Heard: Canadian Broadcasting and Film for the 21st Century*, 1996, p. 210.

Not making the films you  
should be making is  
awful, but making them  
and not having them  
shown is worse.  
—CLAUDE JUTRA

My commitment and my concern is Native stories, and there's no end to the kind of stories that need to be told about who we are, as people, where we're at, about our joy, about our pain...

—GIL CARDINAL

For filmmakers, smaller budgets restrain storytelling and restrict artistic reach. Shooting schedules and locations are reduced and essential special effects and post-production work are cut. A historical romance like Claude Jutra's 1973 adaptation of Anne Hébert's *Kamouraska* could not be produced on today's shoe-string budgets, and filmmakers have shied away from other Canadian literary classics because of the costs of adapting the stories for the big screen.

These days the average production budget of an American movie is around \$76 million – of which some \$20 million is spent on world-wide marketing and publicity. In comparison, two thirds of the films financed by Telefilm's Feature Film Fund spend less than \$150,000 on marketing.<sup>10</sup> Research consistently demonstrates that there is a direct correlation between a film's marketing budget and its box-office success.

While Canadian filmmakers don't seek to imitate the skyrocketing budgets of Hollywood, we do believe it is essential that our domestic film industry has access to secure financing and reasonable promotion budgets.

Recent efforts in Québec to promote *C't'à ton tour*, *Laura Cadieux* and *Les Boys*, among others – by taking creative talent to key cities across the province and focusing on local promotion (have demonstrated that promotional campaigns designed for Canadians deliver audiences. These promotional efforts are credited for Québec films' domination of the Québec box-office this past fall.

Canadians – young and old – deserve to see themselves and their history interpreted in films.

<sup>10</sup> Michel Houle, *Report on the Production and Distribution of Canadian Features*, 1997, p. 31.

### 3. Where We Go from Here

On the occasion of Telefilm Canada's 30th anniversary in February 1998, the Minister of Canadian Heritage, Sheila Copps, announced a review of Canada's feature film policy.

Since then, government and industry have benefited from the input of approximately 100 individuals, associations and businesses. The review process has included 5 regional consultations involving over 80 experts from the film sector representing all aspects of creation, distribution and exhibition.

The Feature Film Advisory Committee carefully considered all other proposals raised throughout the review process. Our recommendations are based on what the Committee believes represent the best combination of initiatives to achieve our objectives for Canadian feature film.



Sandra Oh in Don McKellar's  
LAST NIGHT

Our overall conclusions include the following points:

- Structural changes must be implemented in tax programs supporting Canadian feature films to improve their effectiveness.
- A significant new federal investment is necessary to foster a healthy Canadian feature film industry.
- Existing institutions and programs must be consolidated and refocused to maximize their benefit to the feature film industry and to Canadian moviegoers.

We believe our recommendations will be instrumental in increasing the production capacity, diversity and availability of Canadian films.

#### Goals for Canada's Feature Film Industry

Simply put, by the year 2004 our goal is to see, at minimum, achievement of the following eight objectives:

- an increase in Canadian films' share of screen time from 2% to 10%;

- an increase in the number of Canadian feature films produced each year;
- an increase in Canadian films' share of box-office revenues;
- an increase in the quality of the Canadian films produced;
- an increase in the average budget of Canadian films;
- an increase in support by the public sector for Canadian feature films;
- an increase in investment by the private sector in Canadian feature films; and
- an increase in the strength and quality of Canadian distribution and marketing efforts.

The achievement of these reasonable and time-bound goals will ensure that we will have Canadian entertainment choices throughout the year in theatres and video stores, on pay-TV, conventional television channels and appropriate specialty services, and within new technologies, well into the new millennium.

### *Cornerstone Changes*

To achieve these goals, the public and private sector must work together to ensure that the Canadian feature film industry has sufficient financial resources to make available films that Canadians and the world will want to watch.

We unanimously recommend that a minimum of \$150 million per year – mostly from existing sources combined with a renewed investment from the federal government – be made available for the industry to achieve the goals we have set. The key components of the \$150-million pool are reflected in the recommendations that follow.

1. The federal government should amend the Production Services Tax Credit to ensure that only Canadian feature film producers producing Canadian feature films for theatrical release are permitted access to the program. The Committee recommends that the tax credit calculation be increased from a rate of 11% to at least 20% and that the calculation be made much more straightforward and be based on uncapped labour costs.

This approach would result in a much simpler calculation of the tax credit and would eliminate many of the tests that currently favour foreign producers over Canadian producers. This change would demonstrate the federal government's commitment to the feature film industry by providing it with its own dedicated tax program without requiring any new fiscal resources.

It is estimated that these changes would provide Canadian producers with about \$55 million for Canadian productions.

2. The federal government should create a new feature film fund (consolidating existing and new resources) consisting of:

- an infusion of at least \$50 million in new federal money to support the production, distribution and marketing of Canadian feature films; and
- the consolidation of at least \$53 million of the existing funds supporting feature films at Telefilm Canada and the Canadian Television Fund (Telefilm Canada, \$38 million; Canadian Television Fund, \$15 million).

3. The new feature film fund should function as follows:

- a majority of the funds (up to 80%) should flow through an automatic trigger based on box-office receipts and international success;
- no less than 20% of the funds should flow on a selective basis and would be targeted to projects not qualifying under the automatic fund as well as for emerging filmmakers, training and Canada's cinémathèques; and
- the fund should be governed by a joint private-and public-sector board of directors, with a majority of board members being industry representatives.

4. A stronger partnership with Canada's national cultural institutions should be forged, with:
  - a commitment of at least \$25 million by the CBC/Radio-Canada to increase investment in and licensing of independently produced Canadian feature films; and
  - a contribution of at least \$5 million for emerging filmmakers by the National Film Board of Canada.
5. Increased involvement of public and private broadcasters in the independent production, scheduling and promotion of Canadian feature films should be fostered.
6. The Canadian distribution sector and marketing of Canadian films should be strengthened through regulatory or legislative options.
7. A number of options for increasing private-sector investment should be examined and considered.

While we recommend that a minimum of \$150 million – mostly from existing sources combined with new resources – be made available for the industry, the recommendations outlined above could raise approximately \$188 million for the feature film industry (see figure 2).

Figure 2.

SOURCE OF FUNDS	AMOUNT (\$ MILLIONS)
<b>Revamped Production Services Tax Credit</b>	<b>\$ 55</b>
<b>New Resources</b>	
Federal government investment	\$ 50
<b>Existing Resources</b>	
Telefilm Canada funds supporting feature film	
Canadian Television Fund	\$ 15
<b>National Cultural Institutions</b>	
CBC/SRC	\$ 25
National Film Board	\$ 5

## 4. Revamping the Production Services Tax Credit

We recommend that the federal government revamp the Production Services Tax Credit<sup>11</sup> to reflect the greater importance of the Canadian feature film industry over non-Canadian production.

The federal government should amend the Production Services Tax Credit to ensure that only Canadian feature film producers producing Canadian feature films for theatrical release are permitted access to the program. The Committee recommends that the tax credit calculation be increased from a rate of 11% to at least 20% and that the calculation be made much more straightforward and be based on uncapped labour costs.

This approach would result in a much simpler calculation of the tax credit and would eliminate many of the tests that currently favour foreign producers over Canadian producers. This change would demonstrate the federal government's commitment to the feature film industry by providing it with its own dedicated tax program without requiring any new fiscal resources.

Revenue Canada appraises the federal Production Services Tax Credit at \$55 million. This program benefits foreign producers – to the detriment of Canadian producers, who must compete for the services of Canada's professional film crews. It is perceived as easier to access, and it provides a greater monetary benefit to foreign producers, than the Canadian Film or Video Production Tax Credit aimed at Canadian producers. As such, the Production Services Tax Credit is viewed as an instrument that is inconsistent with other federal public policies that foster Canada's cultural industries.



Charlotte Laurier and  
Dino Tavarone in  
Manon Briand's  
2 SECONDS

<sup>11</sup> The Film and Video Production Services Tax Credit should not be confused with the similarly named Film and Video Production Tax Credit, which provides about \$60 million a year for the production of "certified" Canadian film and television products.

Several factors lead us to conclude that non-Canadian producers will have more than enough incentive to continue to make films in Canada even if this tax benefit is reduced. For instance, individual provinces have programs of their own to attract both Canadian and non-Canadian productions to a region. These incentives average around 11%.

In addition, since the tax credit was introduced in 1997, the value of the Canadian dollar has dropped more than 10%. The strong US dollar gives an American producer incredible buying power in all aspects of production and support services. In our experience, talented Canadian crews are generally more affordable than those with equivalent expertise in the US.

As a result of these observations, in our view US productions will continue to shoot here, even if the Production Services Tax Credit is modified.



Louis Saïa's LES BOYS II

## 5. A New Feature Film Fund

If the Canadian film industry is to increase its market share and meet the benchmarks we have set for the next five years, there must be an increase in public sector resources. A new feature film fund should be created by consolidating amounts reserved for feature film at Telefilm Canada and the Canadian Television Fund. An additional \$50 million or more of new federal funds should supplement the new fund.

The moral is, of course, that  
the State should endow the  
cinema, as it should endow  
all forms of art...  
—GEORGE BERNARD SHAW

This new feature film fund would serve to:

- increase the financial resources available for Canadian feature film production;
- put more Canadian feature films into Canadian theatres;
- increase the competitiveness of Canadian feature films;
- increase the dollars available for promotion and marketing;
- improve training and mentoring programs; and
- preserve our cinematic heritage.

### ***Increased Federal Funding***

Our recommendation that the federal government infuse a minimum of \$50 million into the new fund is based on our goal to create a pool of at least \$150 million for Canadian features. Additional public funding will increase the number of Canadian feature films produced annually. It will allow for higher production and marketing budgets, enabling Canadian filmmakers to remain competitive with better-financed competitors and keep pace with co-production partners. It will also foster a continuity of opportunity for Canada's film production talent.

There are a number of ways the federal government could raise this \$50-million contribution to the new feature film fund in addition to seeking funds from Ottawa's general revenues.

Committee members<sup>12</sup> suggest a levy on gross receipts of all theatrical and video distributors operating in Canada. By our estimation, a 3.5% levy could raise about \$65 million to support the production and marketing of Canadian features. Levelling an across-the-board fee would comply with Canada's trade obligations for national treatment and secure a significant contribution to the production of new Canadian films.

### ***Consolidating Existing Programs***

To streamline the administration of funding feature film production, we recommend that the resources dedicated to feature film at the Canadian Television Fund and Telefilm Canada be transferred to the new feature film fund. This would include, at minimum, the Canadian Television Fund's \$15 million and Telefilm's \$38 million, for a total of \$53 million.

---

<sup>12</sup> Michael Herman, Director of the Motion Picture Theatre Associations of Canada, dissented on this motion.

## 6. The New Feature Film Fund: Programs and Governance

### *Automatic Funding for Production and Marketing*

We recommend that up to 80% of the new fund reside in an envelope automatically triggered by the performance measure of Canadian box-office receipts in English and/or French markets as well as the international success the applicant has achieved – including festival selections, awards and prizes. All performance measures must be objective and readily measurable.

In the course of cross-country consultations, and during our own deliberations, people were unanimous about the need to better promote our films. Marketing is seen as crucial to their success or failure. Funding within this automatic envelope should be provided for both production and marketing.

### *Selective Funding for First-Time Production and Training*

The remaining portion of the new feature film fund (not less than 20%) should be accessible to projects that do not meet the criteria of the automatic funding envelope. Among other things, a specific component of the fund would be directed to new and emerging filmmakers and mentoring and training programs. It should be designed to assist in the production of high-quality features originating from filmmakers across Canada.

We are sympathetic to the concept – and want to echo the sentiment expressed during the regional consultation meetings – that having a modest additional investment in training would reap substantial gains. While training related to technical crafts will be necessary to sustain the industry's growth, it is especially important to broaden the training required for new directors, screenwriters and producers.

Mentoring and internship programs administered by producers and film companies have already proven very effective in helping to develop skilled technical



Atom Egoyan's  
THE SWEET HEREAFTER,  
with Ian Holm  
and Sarah Polley

and administrative production staff. The mentoring approach allows capable and talented individuals to develop key skills under the guidance and supervision of professionals.

We see great value in mentoring programs that would bring new entrants into the expanding field of film production management as well as into the critical areas of development, accounting and marketing and communications.

### ***Support for Canada's Audio-visual Heritage***

We support the efforts of the Alliance for Canada's Audio-Visual Heritage. It should be no surprise that we have concluded that projects that deserve support in production are worth preserving afterwards. To do otherwise is to neglect an important element of our heritage.

Cinematheques have played a critical role in the preservation of Canada's cinematographic heritage through conservation programs, library facilities and public outreach. To ensure this success continues, the "selective" envelope should provide for consideration of the cinematheques responsible for Canada's audio-visual heritage.

### ***Governance and Funding Mechanisms***

With its network of domestic and international offices and experience in funding features, Telefilm Canada should administer the new feature film fund. We recommend that the new feature film fund be governed by a joint private- and public-sector board of directors, with a majority of board members being industry representatives with real experience in feature film production and distribution. This board of directors would provide the policy direction and approve program criteria for the new fund.

## 7. Partnerships with National Cultural Institutions

To demonstrate its commitment to Canadian feature films, the federal government should assure the redirection of existing funding from the two premier national cultural institutions active in the film and broadcasting sector: Canadian Broadcasting Corporation/Radio-Canada and the National Film Board.

### ***Canadian Broadcasting Corporation/ Radio-Canada***

The Committee recognizes that the CBC/SRC has a valuable role to play in fostering domestic audiences for Canadian feature films. In its submission to Canadian Heritage's Review of Canada's Feature Film Policy, the CBC/SRC put forward a feature film strategy modelled on the experiences of the UK's Channel 4. Instead of developing an in-house film unit, we recommend that the CBC/SRC be required to dedicate at least \$25 million of its budget to the production of feature films by the independent production sector through licence fee and equity participation. In recognition of traditional spending patterns, we believe one third of this money should be derived from French-language television and two thirds from the English-language network.

In order to sustain this commitment over time, we recommend that the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) examine in detail the CBC/SRC's future plans for feature film support at its television licence renewals next year. The CRTC should ensure that the CBC/SRC's commitments to feature film are commensurate with its role in the Canadian broadcasting system. These promises should be made conditions of licence.



Anne-Marie Cadieux,  
in Robert Lepage's *Nô*

### ***National Film Board of Canada***

Given its financial resources and long history of supporting a vast range of film projects, we recommend a partnership between the National Film Board and the new feature film fund.

This alliance would see the National Film Board dedicate at minimum \$5 million of its annual budget to the new funding pool for feature films. This money would assure financial support for new writers, directors, producers and other emerging creative talent working in feature film.

## 8. Increased Involvement from Public and Private Broadcasters

We believe that the Canadian broadcasting system must play an even greater role in the financing, promotion and airing of independent Canadian feature films.

### *Investment and Licence Fees*

The federal government and the CRTC must encourage public and private broadcasters to increase their financial participation in feature film production and exhibition – and make it a condition of licence renewals.

We have discussed how Canada's public broadcaster, the, should enhance its support to Canadian feature films through a \$25-million commitment of its budget and new commitments at its upcoming television licence renewals. Private conventional broadcasters should also be required to dedicate a higher portion of their Canadian content spending to the independent production of feature films. This spending could come in the form of equity investments and licence fees.

A look at the broadcasting sector's financial participation in Telefilm Canada-supported feature films shows that Canadian broadcasters provided, on average, an insignificant contribution to total budgets. By comparison, broadcasters in France contributed in excess of 40% of their overall budgets for the production of domestic feature films. While circumstances in the two countries are obviously different, the point serves to illustrate that more could be done in the Canadian system.

It is important to note at this point that pay-TV licensees spend a significant amount annually – investing in Canadian feature films and exhibiting all theatrically released Canadian feature films. Our recommendations presume that pay-TV will maintain, if not increase, its support annually and that the contributions of conventional, over-the-air and specialty channels will supplement this existing revenue stream to Canadian productions.

Contributions to feature film production by the broadcasting sector (conventional,



Denis Villeneuve's  
AUGUST 32ND ON EARTH,  
featuring Pascale Bussières  
and Alexis Martin

specialty and pay) will be maximized if public and private broadcasters are permitted to buy only the rights for the broadcast windows for which they are licensed by the CRTC. That is to say, the “orderly marketplace” should be maintained.

### ***Better Scheduling***

Relevant public and private broadcasters should be required to devote a portion of their air time to the broadcast of Canadian features. Scheduling of these films should be during peak viewing periods when the greatest number of Canadians are able to watch them.

### ***Bonus Time Credit***

The CRTC should recognize the broadcast of Canadian feature films by providing public and private broadcasters with additional bonus time credit for Canadian content.

### ***Promotional Opportunities on Air***

We welcome recent proposals to CRTC hearings on Canadian television recommending that Canadian feature film promotions be exempted from the 12-minute-per-hour advertising limit placed on broadcasts.

### ***Increased Revenues from “Broadcast Distribution Undertakings”***

As the incremental contribution by broadcast distribution undertakings (BDUs) to the Canadian Television Fund increases, the portion dedicated to feature film production should also rise.

## 9. Strengthening the Canadian Distribution Sector

### *Maintaining Policies*

If Canadian films are to have any chance of reaching audiences across the country, it is crucial to build and maintain a strong Canadian distribution sector. To ensure this, we reaffirm that any Canadian film receiving public support continue to be distributed in Canada by Canadian-owned and-controlled distributors. Furthermore, we recommend that the rules under the *Investment Canada Act* designed to support a Canadian-owned and-controlled distribution sector should remain.<sup>13</sup>

The coming of the motion picture was as important as that of the printing press.

—WILLIAM RANDOLPH HEARST

### *Strengthening Policies*

The 1996 Mandate Review Committee remarked that it was discouraging to join a long line of committees and task forces recognizing the difficulties created by allowing Canada to be treated largely as part of the US market. We feel an equal frustration, which increases as the years go by and no action is taken.

One of the key problems facing the Canadian distribution sector is its lack of ability to compete for Canadian-only rights to non-proprietary films from outside Canada that are also distributed in the US. For many years, US film distributors, as a condition of distributing independently produced films to theatrical and home video markets, have uniformly insisted on obtaining Canadian distribution rights as well. The major studios distribute these films in Canada, while the smaller studios – without Canadian-based operations – sublicense the rights to a Canadian distributor.

We therefore welcome the proposal developed by the Directors Guild of Canada and the Canadian Association of Film Distributors and Exporters to prevent the tied sale of US and Canadian distribution rights to non-proprietary films through an amendment to the *Competition Act* or through the drafting of a separate statute.<sup>14</sup>

New legislative requirements should ensure that no person distributes a non-proprietary feature film in Canada if it or its affiliates is also distributing the same film in the US unless the availability of separate Canadian rights have been made known and other distributors have had an equitable opportunity to bid on those Canadian-only rights.

<sup>13</sup> Michael Donovan represented the position that either quotas or tax-based incentives at the distribution and/or exhibition sectors could be given further consideration.

<sup>14</sup> Michael Herman of the Motion Picture Theatre Associations of Canada did support further review of the issues relating to the distribution of non-proprietary films in Canada but did not feel that the legal, financial, business and political considerations had been sufficiently analyzed during the process to permit him to support any specific recommendation by the Committee.



## 10. Other Options Encouraging Private-Sector Investment

We gave some consideration to other options that would encourage an increase in private investment in Canadian feature films.

### *Flexibility for Telefilm's Loan Guarantee Program*

Revising the criteria governing Telefilm's loan guarantee program could also provide increased incentive for private-sector investment in commercially focused feature film projects.

Similar initiatives by Société de développement des entreprises culturelles in Québec, and governments in both the UK and Spain, have raised matching private capital from venture capital and banking sources.

### *Creation of a Labour-Sponsored Capital Fund*

Labour-sponsored venture capital corporations are specially designed to provide venture capital to small- and mid-sized Canadian businesses. Their primary objective is to attract private investment, using tax incentives, to the creation of a stable capital pool and to encourage long-term venture capital investment in developing companies.

We recommend that the federal government undertake a feasibility study to determine the most appropriate model for a labour-sponsored venture capital corporation dedicated to investing in Canadian businesses involved in the feature film industry. Given a promising feasibility report, the federal government should provide the necessary start-up funds for such a venture.

The potential of this kind of vehicle to attract new private dollars to the underfunded film industry is considerable and direct costs to the government are proportionately small. A similar federal investment in the Working Ventures Fund has already generated approximately \$1 billion.



(L to R) Ashley MacIsaac,  
Seana McKenna,  
Christine Dunsworth and  
Chris Leavins in  
Thom Fitzgerald's  
THE HANGING GARDEN



## 11. Conclusion

Few experiences are as memorable as taking in a movie. Great Canadian films have contributed their share of unforgettable moments to cinema audiences the world over. The Canadian film production industry has much to be proud of: it has a solid track record and its work is widely acclaimed. To continue to win audiences and awards, several factors must change to foster an environment in which the Canadian film industry can flourish.

First and foremost, Canada must make Canadian feature films a priority. Only then can Canadian features break through at the box-office and truly shine on the silver screen. As we see it, the federal government must ensure that a minimum of \$150 million per year is available for the production of Canadian feature films. A major portion of these funds would stem from existing sources – with an additional new federal government investment of \$50 million.

We firmly believe that implementing our recommendations will increase Canadian features' success in all the arenas that count: box-office, screen time, investment levels, budget size, number of films produced annually and international recognition.

Canadian filmmakers have many more stories to tell, and they have the skills and the experience to create feature films that the world will want to watch. Significant changes are necessary if our creative talent is to weave new tales and mesmerize cinema and television audiences at home and around the world – as it has for decades.



Screenwriter/actor/director  
Don McKellar on the  
set of LAST NIGHT

**I'd hire the devil  
himself if he'd write  
me a good story.**

**—SAM GOLDWYN**



## Appendix: Recommendations

### *Where We Go from Here*

A minimum of \$150 million annually – mostly from existing sources combined with a renewed investment of \$50 million from the federal government – should be pooled to support the production, distribution and exhibition of Canadian feature films.

### *Amendments to Production Services Tax Credit*

1. The federal government should amend the Production Services Tax Credit to ensure that only Canadian feature film producers producing Canadian feature films for theatrical release are permitted access to the program. The Committee recommends that the tax credit calculation be increased from a rate of 11% to at least 20% and that the calculation be made much more straightforward and be based on uncapped labour costs.

### *A New Feature Film Fund*

2. A new feature film fund should be created, combining new and existing resources. The fund should be directed to the production, distribution, marketing and promotion of Canadian feature films. The fund would comprise the following:
  - An infusion of at least \$50 million in new federal funding (among the options we suggest to raise the new money is a 3.5% levy on gross receipts of theatrical and video distributors operating in Canada)\*; and
  - the consolidation of at least \$53 million of the existing funds supporting feature films at Telefilm Canada and the Canadian Television Fund (Telefilm Canada, \$38 million; Canadian Television Fund, \$15 million).

\* recommended by a majority of the Advisory Committee

### ***The New Feature Film Fund: Programs and Governance***

3. The New Feature Film Fund should function as follows:

- a majority of the funds (up to 80%) should flow through an automatic trigger based on box-office receipts and international success;
- no less than 20% of the funds should flow on a selective basis and would be targeted to projects not qualifying under the automatic fund as well as for emerging filmmakers, training and Canada's cinematheques; and
- the fund would be governed by a joint private- and public-sector board of directors, with a majority of board members being industry representatives.

### ***Partnerships with National Cultural Institutions***

4. A partnership between the feature film industry and national cultural institutions should be forged, with:

- a commitment of at least \$25 million from the CBC/Radio-Canada – two thirds of which would come from English-language television and one third from the French television network – directed to the independent production of Canadian feature films; and
- a contribution of at least \$5 million for emerging filmmakers from the National Film Board of Canada.

### ***Increased Involvement from Public and Private Broadcasters***

5. The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) should:

- require public and private broadcasters to allocate a percentage of their budgets to the financing and acquisition of Canadian feature films by independent producers as well as to the promotion of Canadian feature films;
- ensure that Canadian feature films are broadcast in peak viewing periods;

- provide private, conventional broadcasters that air Canadian feature films an incentive bonus credit for Canadian content;
- ensure that Canadian feature film promotions are exempted from the 12-minute-per-hour advertising limit placed on public and private broadcasters; and
- ensure that, as the incremental contribution by broadcast distribution undertakings (BDUs) to the Canadian Television Fund increases, the portion dedicated to feature film production also rises.

If the CRTC does not adopt these or similar measures that seek to increase funds flowing from its licences to the production of Canadian feature films as well as measures that enhance the promotion of Canadian feature films on air, it should be directed to do so by Governor-in-Council.

### ***Strengthening the Canadian Distribution Sector***

6. The federal government should amend the *Competition Act*, or draft a separate statute, to prevent the tied sale of US and Canadian distribution rights for non-proprietary films.\*

### ***Other Options Encouraging Private-Sector Investment***

7. Options for consideration include:
  - restructuring Telefilm's loan guarantee program to allow funds to attract and sustain private investment in commercially focused film projects; and
  - developing a labour-sponsored, venture capital corporation targeted at attracting capital investment to the audiovisual production sector.

\* recommended by a majority of the Advisory Committee





- la mise au point d'une société de capital de travailleurs, dans le but d'attirer l'investissement de capitaux dans le secteur de la production audiovisuelle.
  - la restructuration du Programme de cautionnements de prêts de Téléfilm, de manière à permettre que des fonds attirent et soutiennent l'investissement privé dans des projets à vocation commerciale; et
  - la mise au point d'une société de capital de travailleurs, dans le but d'attirer l'investissement de capitaux dans le secteur de la production audiovisuelle.
7. Parmi les options à envisager, mentionnons :

#### *Autres options visant à stimuler les investissements privés*

6. Le gouvernement fédéral devrait modifier la *Loi sur la concurrence* ou rédiger une loi distincte pour empêcher la vente liée des droits américains et canadiens de distribution des films de non-propriétaire\*.

#### *Renforcement du secteur canadien de la distribution*

- Si le CRTC ne prend pas ces mesures ou d'autres semblables en vue d'augmenter les fonds destinés à la production de longs métrages canadiens en provenance des titulaires de licence, de même que des mesures qui favorisent la promotion des longs métrages canadiens en ondes, le gouvernement en conseil devrait lui adresser des directives en ce sens.
- assurer que, au fur et à mesure qu'augmentera la contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion au Fonds canadien de télévision, la part affectée à la production de longs métrages s'accroîtra aussi.
  - Si le CRTC ne prend pas ces mesures ou d'autres semblables en vue d'augmenter les fonds destinés à la production de longs métrages canadiens en provenance des titulaires de licence, de même que des mesures qui favorisent la promotion des longs métrages canadiens en ondes, le gouvernement en conseil devrait lui adresser des directives en ce sens.
  - exempter la promotion des longs métrages canadiens de la limite de 12 minutes de publicité par heure d'antenne qui est imposée aux radiodiffuseurs public et privés;
  - accorder aux radiodiffuseurs privés de télévision conventionnelle qui présentent des longs métrages d'ici un crédit en temps relatif au contenu canadien;
  - assurer que, au fur et à mesure qu'augmentera la contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion au Fonds canadien de télévision, la part affectée à la production de longs métrages s'accroîtra aussi.

- s'assurer que les longs métrages canadiens sont diffusés aux heures de grande écoute;
- obliger les radiodiffuseurs public et privés à affecter un pourcentage de leur budget au financement et à l'acquisition de longs métrages canadiens de producteurs indépendants, de même qu'à la promotion des longs métrages canadiens;
- 5. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) devrait :

### *Accroissement de la participation des radiodiffuseurs public et privés*

- au moins 25 millions de dollars du radiodiffuseur national canadien (la SRC/CBC) devraient être affectés à la production indépendante de longs métrages canadiens, les deux tiers provenant de la télévision de langue anglaise et l'autre tiers, du réseau français;
- au moins 5 millions de dollars de l'Office national du film devraient être destinés à des cinéastes débutants.
- 4. Un partenariat plus solide avec les institutions culturelles nationales devrait être établi :

### *Partenariats avec les institutions culturelles nationales*

- La majeure partie de cette enveloppe (jusqu'à 80 %) serait versée sous forme automatique suivant une méthode de calcul fondée sur les recettes au guichet et le succès sur la scène internationale;
- Pas moins de 20 % des fonds seraient attribués de manière sélective à des projets qui ne répondent pas aux conditions de financement automatique ainsi qu'à ceux de nouveaux cinéastes, à des initiatives de formation et aux cinémathèques du Canada; et
- Le Fonds serait régi par un conseil d'administration mixte privé-public qui serait composé en majorité de représentants de l'industrie.
- 3. Le nouveau fonds de financement des longs métrages fonctionnerait comme suit :

## Annexe : Recommandations

### Où allons-nous?

Une somme d'au moins 150 millions de dollars – provenant surtout de sources existantes, enrichies d'un nouvel investissement du gouvernement fédéral – devrait être affectée annuellement à la production, à la distribution et à l'exploitation de longs métrages canadiens.

### Remaniement du Crédit d'impôt pour services de production

1. Le gouvernement fédéral devrait modifier le Crédit d'impôt pour services de production de manière que seuls les producteurs canadiens de longs métrages canadiens destinés aux salles aient accès au programme. Le Comité recommande que le taux du calcul du crédit d'impôt soit porté de 11 % à au moins 20 % et que ce calcul soit considérablement simplifié et basé sur les coûts de main-d'œuvre non plafonnés.

### Un nouveau fonds de financement des longs métrages

2. Un nouveau fonds de financement des longs métrages devrait être institué avec la fusion de ressources nouvelles et actuelles. Il faudrait que le Fonds soit orienté vers la production, la distribution, la commercialisation et la promotion de longs métrages canadiens. Il serait constitué comme suit :
  - un nouvel investissement fédéral de 50 millions de dollars (entre autres options, nous suggérons de réunir cet argent neuf au moyen d'un prélèvement de 3,5 % sur les recettes brutes des distributeurs de films en salles et de vidéos faisant affaires au Canada) ;
  - le regroupement d'au moins 53 millions de dollars provenant des fonds actuels destinés aux longs métrages de Téléfilm Canada et du Fonds canadien de télévision (38 millions de dollars de Téléfilm Canada et 15 millions de dollars du Fonds du canadien de télévision).

\* recommandation de la majorité des membres du Comité consultatif



# 11. Conclusion

Peu d'expériences sont aussi mémorables que celle de voir un film. Les grands films canadiens ont procuré leur part de moments inoubliables aux auditoires du monde entier. L'industrie canadienne de la production cinématographique a bien des raisons d'être fière : elle a fait ses preuves et ses œuvres sont largement applaudies. Pour qu'elle puisse continuer à séduire des auditoires et à remporter des prix, plusieurs facteurs doivent changer pour créer un milieu dans lequel elle puisse prospérer.

D'abord et avant tout, le Canada doit faire des longs métrages canadiens une priorité. Ce n'est qu'alors qu'ils pourront faire recette et vraiment se distinguer au grand écran. Selon nous, le gouvernement fédéral doit voir à ce qu'au moins 150 millions de dollars soient disponibles chaque année pour la production de longs métrages canadiens. Une bonne partie de cette somme proviendrait de sources existantes, auxquelles s'ajouterait un nouvel investissement du gouvernement fédéral de l'ordre de 50 millions de dollars.

Nous croyons fermement que la mise en oeuvre de nos recommandations augmentera les chances de succès des longs métrages canadiens là où cela compte : recettes-guichet, temps d'écran, niveau d'investissement, budget, nombre de films produits chaque année et reconnaissance internationale.

Les cinéastes canadiens ont bien d'autres histoires à raconter et ils ont le talent et l'expérience pour créer des longs métrages que le monde entier voudra voir. Il faut cependant procéder à des changements majeurs si on veut qu'ils puissent continuer à forger des récits qui envoûteront les auditoires du grand et du petit écran chez nous et ailleurs - comme ils le font depuis des décennies.

Le scénariste/acteur/réalisateur Don McKellar lors du tournage de LAST NIGHT



J'engagerais même le diable s'il pouvait m'écrire une bonne histoire.  
-SAM GOLDWYN



## 10. Autres options visant à stimuler les investissements privés

Nous avons considéré d'autres propositions susceptibles de favoriser une hausse des investissements du secteur privé dans le long métrage canadien.

### Flexibilité du Programme de cautionnements de prêts de Téléfilm

La révision des critères d'admissibilité au Programme de cautionnements de prêts de Téléfilm pourrait aussi stimuler les investissements du secteur privé dans les projets de longs métrages à vocation commerciale.

Des initiatives semblables de la Société de développement des entreprises culturelles au Québec et des gouvernements du Royaume-Uni et de l'Espagne ont permis de réunir des fonds de contrepartie privés provenant de sociétés de capital de risque et de banques.

### Création d'un fonds de capital de risque de travailleurs

Les sociétés de capital de risque de travailleurs sont conçues spécialement pour subvenir aux besoins en capital de risque des petites et moyennes entreprises canadiennes. Leur objectif premier est d'attirer des investissements privés, au moyen d'incitatifs fiscaux, pour créer une réserve stable de capital et stimuler l'investissement à long terme de capital de risque dans des entreprises en développement.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral entreprenne une étude de faisabilité pour déterminer le modèle le mieux approprié de société de capital de risque de travailleurs qui serait consacrée à l'investissement dans des entreprises canadiennes œuvrant au sein de l'industrie du long métrage. Si une telle société se révélait prometteuse, le gouvernement devrait lui fournir les fonds de démarrage nécessaires. Ce genre d'initiative a un potentiel considérable pour ce qui est d'attirer de nouveaux investissements privés vers l'industrie du long métrage, particulièrement sous-financée, et les coûts directs qui sont imputés au gouvernement sont relativement faibles. L'investissement fédéral dans le Working Ventures Fund, par exemple, a déjà généré environ un milliard de dollars.

(De g. à dr.) Ashley MacIsaac, Seana McKenna, Christine Dunsworth et Chris Leavins dans THE HANGING GARDEN de Thom Fitzgerald



Nous nous réjouissons donc de la proposition de la Guilde canadienne des réalisateurs et de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, proposition selon laquelle on interdirait la vente liée des droits américains et canadiens de distribution des films de non-proprétaire au Canada et aux États-Unis par une modification à la *Loi sur la concurrence* ou la rédaction d'une loi distincte<sup>14</sup>.

De nouvelles exigences législatives devraient veiller à ce que personne ne distribue au Canada de long métrage de non-proprétaire si elle ou l'un de ses affiliés le distribue aussi aux États-Unis, à moins d'avoir rendu publique la disponibilité de droits canadiens distincts et d'avoir permis à d'autres distributeurs de soumissionner en toute équité les droits canadiens.

<sup>14</sup> Michael Herman, de Motion Picture Theatre Associations of Canada, a appuyé un examen plus approfondi des questions relatives à la distribution des films de non-proprétaire au Canada, mais, à son avis, les aspects juridiques, financiers, commerciaux et politiques du dossier n'avaient pas été suffisamment analysés durant le processus pour lui permettre d'appuyer une recommandation précise du Comité.

## 9. Renforcement du secteur canadien de la distribution

### *Maintien des politiques*

Pour que les films canadiens aient la moindre chance d'atteindre les auditoires d'un bout à l'autre du pays, il est essentiel d'édifier et de maintenir un secteur canadien de la distribution qui soit solide. À cette fin, nous réaffirmons que tout film canadien bénéficiant d'un soutien public doit continuer d'être distribué ici par des entreprises qui appartiennent à des Canadiens et sont contrôlées par des Canadiens. En outre, nous recommandons que restent en vigueur les règles de la Loi sur Investissement Canada qui sont conçues pour appuyer le secteur de la distribution détenu et contrôlé par des Canadiens.<sup>13</sup>

### *Renforcement des politiques*

Le Comité d'examen des mandats de 1996 a fait remarquer qu'il était décourageant d'ajouter son nom à une longue liste de comités et de groupes de travail qui ont fait état des difficultés découlant du fait que le Canada est traité plus ou moins comme une partie du marché américain. Nous éprouvons la même frustration, qui augmente au fil des ans et en raison de l'inaction.

L'un des grands problèmes du secteur canadien de la distribution est son incapacité de faire concurrence pour obtenir l'exclusivité canadienne de films étrangers de non-proprététaire qui sont aussi distribués aux États-Unis. Depuis des années, comme condition de distribution des films indépendants dans les salles et le marché de la vidéo domestique, les distributeurs américains exigent tous l'obtention des droits canadiens. Les grands studios distribuent ces films au Canada, tandis que les plus petits, qui n'ont pas de succursale au pays, accordent une sous-licence à un distributeur d'ici.

<sup>13</sup> Michael Donovan a indiqué que des mesures telles l'imposition de quotas ou l'établissement d'incitatifs fiscaux, en matière de distribution et/ou d'exploitation, pourraient être examinées plus en profondeur.

L'arrivée du cinéma a été  
tout aussi importante que  
celle de l'imprimerie.  
—WILLIAM RANDOLPH HEARST

elle ne l'augmente pas, et que les chaînes de télévision conventionnelle et en direct ainsi que les canaux spécialisés enrichiront cette source de revenus pour les productions canadiennes.

L'apport du secteur de la télévision (conventionnelle, spécialisée et payante) à la production de longs métrages sera maximisé si les radiodiffuseurs public et privés sont autorisés à acheter des droits que pour les créneaux justifiant leur licence du CRTC. Autrement dit, « l'ordre du marché » devrait être maintenu.

### ***Meilleure programmation***

Les radiodiffuseurs public et privés pertinents devraient être tenus de consacrer une partie de leur temps d'antenne à la présentation de longs métrages canadiens. Ces films devraient être inscrits à l'horaire aux heures de grande écoute de manière que le plus grand nombre de Canadiens puissent les voir.

### ***Crédit en temps***

Le CRTC devrait accorder aux radiodiffuseurs privés et public un crédit en temps relatif au contenu canadien pour la présentation de longs métrages d'ici.

### ***Occasions de promotion en ondes***

Nous sommes favorables à la suggestion faite au CRTC lors de ses audiences récentes sur la télévision canadienne d'exempter de la limite de 12 minutes de publicité par heure d'antenne la promotion des longs métrages canadiens.

### ***Un plus grand apport des entreprises de distribution de radiodiffusion***

À mesure qu'augmente la contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion au Fonds canadien de télévision, la part consacrée à la production de longs métrages devrait aussi s'accroître.

## 8. Accroissement de la participation des radiodiffuseurs public et privés

Nous croyons que le système canadien de radiodiffusion doit jouer un rôle encore plus grand dans le financement, la promotion et la diffusion de longs métrages canadiens indépendants.

### *Investissement et droits de licence*

Le gouvernement fédéral et le CRTC doivent encourager les radiodiffuseurs public et privés à augmenter leur participation financière à la production et à la diffusion de longs métrages - et en faire une condition de renouvellement de leur licence.

Nous avons déjà expliqué comment le radiodiffuseur national public (SRC/CBC) devrait augmenter son soutien des longs métrages canadiens en y affectant 25 millions de dollars de son budget et en prenant d'autres engagements à l'occasion du renouvellement imminent de sa licence de télédiffusion. Les radiodiffuseurs de télévision conventionnelle privés devraient aussi être tenus d'affecter une plus grande part de leurs dépenses consacrées au contenu canadien à la production indépendante de longs métrages. Cet investissement pourrait prendre la forme de participation au capital et de droits de licence.

Il suffit d'un survol de la participation financière du secteur de la radiodiffusion aux longs métrages soutenus par Téléfilm Canada pour constater que, en moyenne, elle a été d'un apport négligeable aux budgets totaux. Par comparaison, en France, les radiodiffuseurs ont consacré plus de 40 % de leur budget global à la production de longs métrages de chez eux. Les conditions ne sont évidemment pas les mêmes dans les deux pays, mais l'exemple démontre qu'on pourrait accomplir davantage dans le système canadien.

Il convient de noter ici que les titulaires de licences de télévision payante consacrent annuellement une somme substantielle à cet égard, en investissant dans les longs métrages canadiens et en diffusant tous ceux qui sortent en salle. Nos recommandations supposent que la télévision payante maintiendra sa contribution annuelle, si



UN 32 ADÛT SUR TERRE  
de Denis Villeneuve,  
mettant en vedette  
Pascal Bussières  
et Alexis Martin

## *L'Office national du film du Canada*

Vu les ressources financières de l'Office national du film et sa longue tradition d'appui à un vaste éventail de projets cinématographiques, nous recommandons que l'institution établisse un partenariat avec le nouveau fonds de financement des longs métrages.

Dans le cadre de cette alliance, l'ONF affecterait au moins 5 millions de dollars de son budget annuel au nouveau fonds pour venir en aide financièrement aux scénaristes, réalisateurs et producteurs débutants et aux autres nouveaux talents créateurs du long métrage.

## 7. Partenariats avec les institutions culturelles nationales

Le gouvernement fédéral devrait démontrer son engagement envers les longs

métrages canadiens en réorientant le financement con-  
senti actuellement par les deux grandes institutions  
culturelles nationales qui oeuvrent dans le secteur du film  
et de la télédiffusion : la Société Radio-Canada/Canadian  
Broadcasting Corporation (SRC/CBC) et l'Office national  
du film.

### *La Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation*

Le Comité reconnaît que la SRC/CBC a un rôle  
significatif à jouer dans le développement d'auditoires  
domestiques à l'endroit des longs métrages canadiens.  
Dans le mémoire qu'elle a présenté dans le cadre de  
l'Examen de la politique cinématographique canadienne  
que mène le ministre du Patrimoine canadien, la  
SRC/CBC a proposé une stratégie relative au long  
métrage qui est modelée sur celle de Channel 4, au  
Royaume-Uni. Au lieu de développer un service interne dédié aux longs métrages,

nous recommandons que la SRC/CBC soit tenue de consacrer au moins  
25 millions de dollars de son budget à la production de longs métrages indépendants  
sous forme de droits de licence et de participation au capital. Compte tenu des habi-  
tudes de dépense de la Société, nous croyons que le tiers de cette somme devrait  
provenir de la télévision de langue française et les deux autres tiers, du réseau anglais.  
Pour assurer le maintien de cet engagement au fil du temps, nous recommandons que  
le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)  
examine de près les projets de soutien du long métrage de la SRC/CBC à l'occasion  
du renouvellement de sa licence de télédiffusion l'an prochain. Le CRTC devrait  
voir à ce que les engagements de la SRC/CBC envers le long métrage soient propor-  
tionnels au rôle que joue la Société dans le système de radiodiffusion canadien. Ces  
promesses devraient être transformées en conditions de licence.



Anne-Marie Cadieux,  
dans *Nô* de Robert Lepage

### ***Mécanismes d'administration et de financement***

Avec son réseau de bureaux au Canada et à l'étranger et son expérience du financement de films, Telefilm Canada devrait administrer le nouveau fonds de financement des longs métrages. Nous recommandons que ce dernier soit régi par un conseil d'administration mixte privé-public, formé en majorité de représentants de l'industrie ayant une expérience réelle de la production et de la distribution de longs métrages. Le conseil d'administration établirait les orientations de politiques et approuverait les critères d'admissibilité aux programmes de financement.

Nous soutenons les efforts de l'Alliance pour le patrimoine audiovisuel canadien. Nous n'étonnerons personne en concluant que les projets dont la production mérite d'être appuyée méritent d'être préservés. Agir autrement équivaldrait à négliger un élément important de notre patrimoine.

### ***Appui au patrimoine audiovisuel du Canada***

Les programmes de mentorat qui donneraient aux débutants accès au champ grandissant de la gestion de la production cinématographique et à des secteurs critiques comme le développement, la comptabilité ainsi que la commercialisation et les communications nous sembleraient très bénéfiques.

Les programmes de mentorat et de stages administrés par les producteurs et les sociétés cinématographiques ont déjà fait la preuve de leur efficacité pour la formation de personnel de production technique et administratif. Grâce au mentorat, de jeunes cinéastes doués peuvent acquérir rapidement des compétences essentielles sous la direction et la surveillance de professionnels.

## 6. Le nouveau fonds de financement des longs métrages - programmes et administration

### *Financement automatique de la production et de la commercialisation*

Nous recommandons qu'une enveloppe représentant jusqu'à 80 % du nouveau fonds serve au financement automatique de nouvelles productions en fonction des recettes au guichet dans les marchés de langue anglaise et/ou de langue française au Canada et du succès obtenu par le demandeur sur la scène internationale – y compris les sélections à des festivals et les prix remportés. Tous les critères de rendement devraient être objectifs et mesurables.

Au cours de consultations à travers le pays et de nos délibérations, tous ont fait état du besoin de mieux promouvoir nos films. La commercialisation est perçue comme étant cruciale à leur succès ou à leur échec. Le financement fourni dans le cadre de cette enveloppe automatique devrait l'être tant pour la production que pour la commercialisation.

### *Financement sélectif pour une première production et la formation*

Les 20 % restants du nouveau fonds de financement des longs métrages devraient soutenir des projets qui ne répondent pas aux critères de financement automatique. Entre autres, un volet précis du Fonds serait consacré aux projets de cinéastes débutants et aux programmes de mentorat. Il devrait viser à aider à la production de longs métrages de qualité proposés par des cinéastes de tout le Canada. Nous sommes d'accord avec le concept selon lequel un modeste investissement dans la formation serait porteur d'immenses bénéfices et nous voulons nous faire l'écho du sentiment exprimé à cet égard lors des réunions de consultation régionales. La formation aux métiers techniques sera nécessaire au soutien de la croissance de l'industrie, mais il est particulièrement important d'augmenter l'envergure de la formation des nouveaux réalisateurs, scénaristes et producteurs.



DE BEAUX LENDEMAINS  
d'Atom Egoyan,  
avec Ian Holm  
et Sarah Polley

Le Comité, sauf un de ses membres, suggère un prélèvement sur les recettes brutes des distributeurs de films et de vidéos faisant affaires au Canada<sup>12</sup>. Selon nos estimations, un prélèvement de 3,5 % pourrait rapporter environ 65 millions de dollars pour la production et la commercialisation de longs métrages canadiens. Un prélèvement général serait conforme aux obligations commerciales du Canada relatives au traitement national et serait d'un apport significatif à la production de nouveaux films canadiens.

### ***Consolidation des programmes actuels***

Afin de rationaliser l'administration du financement de la production de longs métrages, nous recommandons que les ressources affectées à ceux-ci par le Fonds canadien de télévision et Téléfilm Canada soient transférées au nouveau fonds de financement des longs métrages. On inclurait, au minimum, les 15 millions de dollars du Fonds canadien de télévision et 38 millions de dollars provenant de Téléfilm, pour un montant total de 53 millions de dollars.

<sup>12</sup> Michael Herman, directeur de Motion Picture Theatre Associations of Canada, était dissident.

## 5. Un nouveau fonds de financement des longs métrages

Pour que l'industrie cinématographique canadienne augmente sa part de marché et atteigne les objectifs que nous lui avons fixés pour les cinq prochaines années, il doit y avoir une hausse des ressources du secteur public. Un nouveau fonds de financement des longs métrages devrait être créé en fusionnant les sommes consacrées au long métrage par Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision. Un montant supplémentaire d'au moins 50 millions de dollars ou plus d'argent neuf du gouvernement fédéral devrait lui être versé.

### Ce nouveau fonds de financement des longs métrages servirait à :

- augmenter les ressources financières disponibles pour la production de longs métrages canadiens;
- accroître la présence des longs métrages canadiens dans les cinémas du pays;
- accroître la compétitivité des longs métrages canadiens;
- augmenter les sommes disponibles pour la promotion et la commercialisation;
- améliorer les programmes de formation et de mentorat; et
- préserver notre patrimoine cinématographique.

### *Hausse du financement fédéral*

Notre recommandation que le gouvernement fédéral injecte au moins 50 millions de dollars dans le nouveau fonds découle de notre objectif de créer une réserve d'au moins 150 millions pour les longs métrages canadiens. La hausse du financement public augmentera la production annuelle de longs métrages canadiens. Comme elle permettra de meilleurs budgets de production et de commercialisation, les cinéastes canadiens pourront rester compétitifs avec leurs concurrents plus fortunés et se maintenir au niveau de leurs associés en coproduction. Le personnel canadien de production de films aura aussi plus de chances de pouvoir travailler sans interruption. Il existe plusieurs moyens grâce auxquels le gouvernement fédéral pourrait réunir les 50 millions de dollars nécessaires au nouveau fonds de financement des longs métrages autrement qu'en puisant dans ses recettes générales.

La morale, c'est  
évidemment que l'état  
devrait subventionner le  
cinéma, comme il devrait  
subventionner toutes les  
formes d'art ...  
—GEORGE BERNARD SHAW

en vue d'attirer chez elles les productions canadiennes et étrangères. Les avantages qu'elles offrent représentent en moyenne 11 % des budgets.

En outre, depuis que le crédit d'impôt a été instauré en 1997, la valeur du dollar canadien a chuté de plus de 10 %. La devise forte des États-Unis donne au producteur américain un énorme pouvoir d'achat dans tous les aspects de la production et des services de soutien. D'après notre expérience, les équipes canadiennes de talent sont généralement plus abordables que leurs homologues américaines.

Il en ressort que, à notre avis, des productions américaines continueront de se tourner chez nous, même si le Crédit d'impôt pour services de production est remanié.

LES BOYS II de Louis Sâïa



## 4. Remaniement du Crédit d'impôt pour services de production

Nous recommandons que le gouvernement fédéral remanie le Crédit d'impôt pour services de production<sup>11</sup> de manière à refléter la primauté de l'industrie canadienne de la production de longs métrages sur la production étrangère.

Le gouvernement fédéral devrait modifier le Crédit d'impôt pour services de production de manière que seuls les producteurs canadiens de longs métrages canadiens destinés aux salles de cinéma aient accès au programme. Le Comité recommande que le taux du calcul du crédit d'impôt soit porté de 11 % à au moins 20 % et que ce calcul soit considérablement simplifié et basé sur les

Cette méthode aboutirait à un calcul beaucoup plus simple du crédit d'impôt et éliminerait plusieurs des contrôles qui favorisent aujourd'hui les producteurs étrangers au détriment des producteurs canadiens. Ce changement témoignerait de l'engagement du gouvernement fédéral envers l'industrie du long métrage en lui consacrant un programme fiscal qui lui soit propre sans avoir besoin de nouvelles ressources financières.

Revenu Canada estime à 55 millions de dollars la valeur du Crédit d'impôt fédéral pour services de production. Ce programme favorise les producteurs étrangers au détriment des producteurs canadiens, qui doivent leur disputer les services des équipes de tournage professionnelles du Canada. Il semble d'accès plus facile aux producteurs étrangers que ne l'est aux producteurs canadiens le Crédit d'impôt pour la production cinématographique ou magnétoscopique canadienne qui leur est destiné, et il leur rapporte davantage. Par conséquent, le crédit d'impôt pour services de production est jugé comme un outil incompatible avec les autres mesures fédérales de soutien aux industries culturelles du Canada.

Plusieurs facteurs nous amènent à conclure que les producteurs étrangers auront plus d'incitations qu'il n'en faut pour continuer à tourner au Canada, et ce, même si ce crédit d'impôt était diminué. Par exemple, les provinces ont leur propre programme

<sup>11</sup> Il ne faut pas confondre le Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique avec un programme au nom similaire, le Crédit d'impôt pour la production cinématographique ou magnétoscopique canadienne, qui fournit environ 60 millions de dollars par an à la production de films et d'émissions de télévision canadiens « certifiés ».

Charlotte Launer et  
Dino Tavarone dans  
2 SECONDES  
de Manon Brand



SOURCE DES FONDs		MONTANT (EN MILLIONS DE \$)
Crédit d'impôt pour services de production (remanié)		\$ 55
Nouvelles ressources		
Investissement du gouvernement fédéral		\$ 50
Ressources actuelles		
Fonds de financement des longs métrages de Téléfilm Canada		\$ 38
Fonds Canadien de télévision		\$ 15
Institutions culturelles nationales		
SRC/CBC		\$ 25
Office national du film		\$ 5

Figure 2.

figure 2). Bien que nous recommandions de mettre à la disposition de l'industrie au moins 150 millions de dollars provenant surtout de sources actuelles, auxquels s'ajouteraient de nouvelles ressources, les recommandations ci-dessus pourraient permettre de recueillir environ 188 millions de dollars pour l'industrie du long métrage (voir la

7. Il faudrait examiner des possibilités d'augmenter le financement du secteur privé.
6. Il faudrait renforcer le secteur canadien de la distribution et la commercialisation des films canadiens par le biais de solutions réglementaires ou législatives.
5. On devrait favoriser une plus grande participation des radiodiffuseurs public et privés à la production indépendante, à la programmation et à la promotion des longs métrages canadiens.

la voie du succès

long métrage en lui consacrant un programme fiscal qui lui soit propre sans avoir besoin de nouvelles ressources financières.

On estime que ces changements mettraient environ 55 millions de dollars à la disposition des producteurs canadiens pour des productions canadiennes.

2. Le gouvernement fédéral devrait créer un nouveau fonds de financement des longs métrages (fusionnant des ressources actuelles et nouvelles) qui serait doté ainsi :

- l'injection de nouveaux fonds d'au moins 50 millions de dollars par le gouvernement fédéral pour soutenir la production, la distribution et la commercialisation des longs métrages canadiens; et

- le regroupement d'au moins 53 millions de dollars provenant des fonds actuels de Téléfilm Canada et du Fonds canadien de télévision qui sont destinés aux longs métrages (38 millions de dollars de Téléfilm Canada et 15 millions de dollars du Fonds canadien de télévision).

3. Le nouveau fonds de financement des longs métrages fonctionnerait comme suit :

- la plus grande part des sommes (jusqu'à 80 %) serait versée sous forme automatique suivant une méthode de calcul fondée sur les recettes au guichet et le succès sur la scène internationale;

- pas moins de 20 % des fonds seraient attribués de manière sélective à des projets qui ne répondent pas aux conditions de financement automatique ainsi qu'à des projets de nouveaux cinéastes, et à des initiatives de formation et aux cinémathèques du Canada;

- le Fonds serait régi par un conseil d'administration mixte privé-public qui serait composé en majorité de représentants de l'industrie.

4. Un partenariat plus solide devrait être établi avec les institutions culturelles nationales du Canada et comprendre les mesures suivantes :

- une contribution de la SRC/CBC d'au moins 25 millions de dollars en investissement dans la production et en achat de droits de diffusion de longs métrages canadiens indépendants;

- une contribution d'au moins 5 millions de dollars de l'Office national du film destinée aux nouveaux cinéastes.

## Des changements fondamentaux

La réalisation de ces objectifs raisonnables et à l'intérieur d'un délai fixé assurera que nous disposerons dans le futur, à longue vue, d'un choix de longs métrages canadiens au cinéma, dans les clubs vidéo, à l'antenne des chaînes de télévision conventionnelle, payante et spécialisée, et dans les nouveaux médias.

- une hausse de la production annuelle de longs métrages canadiens;
- une hausse de la part de recettes des films canadiens au guichet;
- une hausse de la qualité des films canadiens;
- une hausse du budget moyen des films canadiens produits;
- une hausse de l'appui du secteur public aux longs métrages canadiens;
- une hausse de l'investissement privé dans les longs métrages canadiens; et
- une hausse de la portée et de la qualité des initiatives canadiennes en matière de distribution et de commercialisation.

Pour réaliser ces objectifs, les secteurs public et privé doivent collaborer afin de garantir que l'industrie canadienne du long métrage dispose de ressources financières suffisantes pour faire des films que les Canadiens et le monde entier voudront voir. Nous recommandons à l'unanimité que l'on mette annuellement à la disposition de l'industrie au moins 150 millions de dollars pour réaliser les objectifs que nous avons fixés. Cette somme est constituée des montants provenant des sources existantes, auxquels s'ajoute un investissement supplémentaire du gouvernement fédéral. Les principaux éléments de cette recommandation sont définis dans les points suivants :

1. Le gouvernement fédéral devrait modifier le Crédit d'impôt pour services de production de manière que seuls les producteurs canadiens de longs métrages canadiens destinés aux salles de cinéma aient accès au programme. Le Comité recommande que le taux du calcul du crédit d'impôt soit porté de 11 % à au moins 20 % et que ce calcul soit considérablement simplifié et basé sur les coûts de main-d'œuvre non plafonnés.

Cette méthode aboutirait à un calcul beaucoup plus simple du crédit d'impôt et éliminerait plusieurs des contrôles qui favorisent aujourd'hui les producteurs étrangers au détriment des producteurs canadiens. Ce changement témoignerait de l'engagement du gouvernement fédéral envers l'industrie du

### 3. Où allons-nous?

À l'occasion du 30<sup>e</sup> anniversaire de Téléfilm Canada en février 1998, la ministre du Patrimoine canadien, Mme Sheila Copps, a annoncé un examen de la politique cinématographique canadienne.

Depuis, le gouvernement et l'industrie ont bénéficié des commentaires d'une centaine de personnes, d'associations et d'entreprises. Le processus d'examen a inclus cinq séances de consultation régionales auxquelles ont participé plus de 80 experts du secteur du film représentant tous les aspects de la création, de la distribution et de l'exploitation.

Le Comité consultatif sur le long métrage a considéré soigneusement toutes les autres propositions qu'on lui a faites au cours du processus d'examen. Nos recommandations sont fondées sur ce qui nous paraît être le meilleur train de mesures pour réaliser nos objectifs pour le long métrage canadien.

**Nos conclusions, dans leurs grandes lignes, sont les suivantes :**

- Il faut apporter des changements structurels aux programmes fiscaux soutenant le long métrage canadien pour les rendre plus efficaces.
  - Le gouvernement fédéral doit consentir un nouvel investissement majeur pour assurer une saine industrie canadienne du long métrage.
  - Il faut consolider les institutions et les programmes actuels et recentrer leur action pour maximiser les bénéfices qu'en tirent l'industrie du long métrage et les cinéphilas canadiens.
- Nous croyons que nos recommandations contribueront à augmenter la capacité de production, la diversité et la disponibilité des films canadiens.

### Objectifs pour l'industrie canadienne du long métrage

En termes simples, nous croyons qu'il faut au moins atteindre les huit objectifs suivants d'ici l'an 2004 :

- une hausse du temps d'écran de 2 % à 10 % pour les films canadiens;



Sandra Oh dans *LAST NIGHT*  
de Don McKellar

Mon engagement et mon intérêt sont acquis aux récits autochtones. Les histoires qu'il faut raconter à propos de notre identité comme peuple, de notre situation actuelle, de nos joies et de nos peines, sont innombrables ...

—GIL CARDINAL

Pour les cinéastes, de plus petits budgets freinent l'élan artistique et restreignent leurs possibilités de raconter des histoires : il faut réduire le calendrier et le nombre de lieux de tournage, de même que retrancher des effets spéciaux essentiels et éliminer des travaux de postproduction. Un film sentimentally situé à une époque ancienne, ne serait plus possible avec les petits budgets d'aujourd'hui. Les coûts d'adaptation au grand écran d'autres classiques littéraires canadiens éloignent les cinéastes de ceux-ci. De nos jours, le budget de production moyen d'un film américain est d'environ 76 millions de dollars - dont quelque 20 millions sont affectés à la commercialisation et à la publicité à l'échelle mondiale. Par comparaison, plus des deux tiers des films soutenus par l'entremise du Fonds de financement des longs métrages de Téléfilm affectent moins de 150 000 \$ à la commercialisation<sup>10</sup>. La recherche démontre infailiblement qu'il y a corrélation directe entre le budget de commercialisation d'un film et son succès en salle.

Les cinéastes canadiens ne recherchent pas les budgets astronomiques de leurs collègues de Hollywood, mais nous croyons qu'il est indispensable que notre industrie du cinéma ait accès à un financement stable et à des budgets de promotion raisonnables. Au Québec, entre autres, les récentes campagnes de promotion de *C'est à ton tour*, *Laura Cadieux* et *Les Boys* - campagnes qui consistaient en une tournée des artistes dans les principales villes de la province et mettaient l'accent sur la promotion locale - ont démontré qu'une publicité conçue pour les Canadiens donne des résultats. C'est à ces initiatives de promotion qu'on attribue la domination des films québécois en salle au Québec à l'automne dernier.

Les Canadiens - jeunes et vieux - méritent de se voir et de voir leur histoire à l'écran.

<sup>10</sup> Michel Houle, *Rapport sur la production et la distribution des longs métrages canadiens*, 1997, page 31.

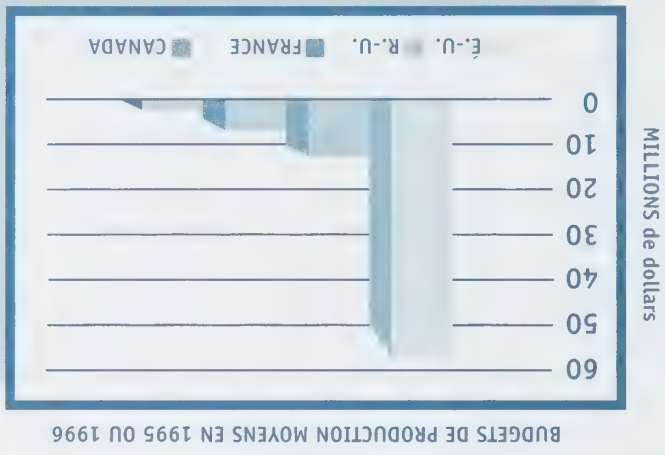
## 2. Le cinéma vérité du Canada

Les problèmes avec lesquels le cinéma canadien est aux prises ne sont pas nouveaux ; ils existaient même avant que le gouvernement fédéral commence à planifier un soutien financier actif à la production de longs métrages durant les années 60.

Les films canadiens ne représentent que 2 % à 3 % des recettes annuelles perçues au guichet au Canada<sup>7</sup>. Les films québécois atteignent un pourcentage un peu plus élevé en moyenne, soit 4 %. Il découle de cette situation que plus de 85 % des sommes que les Canadiens dépensent au cinéma vont à des entreprises surtout étrangères<sup>8</sup>. En outre, à cause de la réduction du financement du secteur public, de Téléfilm Canada en particulier, l'accès des producteurs canadiens à un certain appui est de plus en plus incertain. En conséquence, pour les projets financés par Téléfilm entre 1990 et 1995, le budget de production moyen des films en langue anglaise est tombé de 4,2 millions de dollars à 1,6 million, tandis que celui des films en langue française est passé de 2,9 millions de dollars à 1,5 million<sup>9</sup>. Depuis les trois dernières années, les budgets n'ont à peu près pas fluctué.

Si l'on situe ces données dans le contexte international, les budgets de production moyens au Canada ne sont pas compétitifs par rapport à ceux d'autres pays développés (voir la figure 1). Nos budgets ont diminué depuis les années 80, tandis qu'ils ont augmenté en Europe.

Figure 1.



Source : Michel Houle, 1997

<sup>7</sup> Paul Audley & Associates Ltd., *A Review of Trends and Policy Issues in the Canadian Film Exhibition Industry*, septembre 1997, page 4.  
<sup>8</sup> Des sociétés canadiennes distribuent des films étrangers, ce qui explique en partie la différence entre les recettes des longs métrages canadiens au guichet et les 15 % de dépenses des Canadiens qui restent au Canada.  
<sup>9</sup> Comité d'examen des mandats, *Faire entendre nos voix : le cinéma et la télévision du Canada au 21<sup>e</sup> siècle*, 1996, page 214.

C'est atroce de ne pas faire les films qu'on devrait faire, mais ce l'est encore davantage qu'ils soient faits et ne soient pas vus. —CLAUDE JUTRA

**Le fait de pouvoir aller dans des villes comme Mexico ou Singapour où la population peut prendre connaissance du cinéma canadien ... C'est miraculeux.**  
**-ATOM EGOYAN**

Ces créateurs suscitent la fierté des Canadiens; nous devons créer un climat qui leur permette, comme à tous les cinéastes, auteurs et acteurs doués, de continuer à créer de mémorables longs métrages canadiens.

Leurs oeuvres projettent l'estime internationale qu'elles nous méritent et leur contribution à la promotion de la culture et du commerce canadiens sont immenses. Les longs métrages demeurent un symbole des aspirations d'un pays à exporter sa culture, et le Canada ne peut se permettre d'être tenu à l'écart.

Sur le plan économique, l'industrie du film fait partie intégrante de la production cinématographique et télévisuelle du Canada; elle représente plus de 30 000 emplois directs et contribue 2,8 milliards de dollars au produit intérieur brut du Canada<sup>5</sup>.

Le ministère du Patrimoine canadien estime que chaque dollar d'investissement fédéral dans le long métrage (surtout par l'intermédiaire du crédit d'impôt pour la

production cinématographique ou magnétoscopique canadienne et de Téléfilm Canada) entraîne des investissements de 3,88 \$ provenant d'autres sources<sup>6</sup>.

Ces seuls chiffres indiquent l'énorme apport du secteur privé à la production cinématographique et télévisuelle. À partir des producteurs, qui réunissent les fonds pour faire un film et qui, en plus d'y investir, absorbent souvent des frais d'infrastructure considérables pour assurer un succès, aux distributeurs, qui participent au financement et absorbent souvent d'importants frais de distribution, et même aux engagements des radiodiffuseurs, le secteur privé est essentiel au cinéma canadien.



<sup>5</sup> Statistique Canada inclut le produit de la production, de la distribution, de la vente en gros de vidéocassettes et de l'exploitation en salle. Les productions télévisuelles sont aussi incluses dans ces statistiques parce que la plupart des producteurs de longs métrages sont engagés dans les deux sphères d'activité.

<sup>6</sup> Incluant toutes les autres sources publiques, y compris les provinces.

# 1. Introduction

Contrairement aux prévisions voulant que l'influente génération du baby boom vivrait une phase de « pantoufflage », le cinéma est un média très apprécié et les Canadiens y affluent. La fréquentation des salles augmente sans cesse. Il s'est vendu en 1996-1997 vingt millions de billets de plus que cinq ans auparavant, pour un total de 92 millions d'entrées<sup>1</sup>. Cette ferveur a donné lieu à des recettes sans précédent de 441 millions de dollars au guichet en 1996-1997, par rapport à 380 millions de dollars cinq ans plus tôt<sup>2</sup>.

En général, les Canadiens ont une attitude très positive envers leur industrie du cinéma. La majorité des personnes sondées croit qu'il est important que les longs métrages canadiens soient présentés dans les cinémas canadiens. Ils estiment aussi que la qualité des longs métrages canadiens vaut celle des films étrangers et qu'on devrait promouvoir davantage les films canadiens chez nous et à l'étranger<sup>4</sup>.

Il n'y a pas que les Canadiens qui apprécient les films d'ici. Parmi les 7 000 films produits de par le monde, les productions canadiennes sont régulièrement sélectionnées, et primées, dans les festivals internationaux de cinéma, y compris les plus prestigieux comme ceux de Berlin, Cannes, Venise et Sundance.

C'est à ton tour, *Laura Cadieux*, *Crash*, *Double Happiness*, *Exotica*, *Jésus de Montréal*, *Un zoo la nuit*, *Eldorado*, *Le Confessionnal*, *Le Déclin de l'empire américain*, *Les Boys*, *Thirty-two Short Films about Glenn Gould*, *De beaux lendemains*, *The Hanging Garden*, *The Violon Rouge*, *Last Night*, 2 secondes et *Un 32 août sur Terre* s'inscrivent dans une longue liste de films canadiens qui ont été favorablement accueillis et ont été un succès commercial.

Il faut une bonne dose de travail d'équipe pour porter ces films à l'écran. Lorsque nous parlons de « production » dans le présent rapport, nous entendons tous les aspects du processus de fabrication d'un film, de la conception à la scénarisation et des principaux travaux de prise de vues à la postproduction.

Des réalisateurs canadiens comme Denys Arcand, Charles Binamé, Manon Briand, David Cronenberg, Atom Egoyan, Denise Filiatrault, Thom Fitzgerald, François Girard, Robert Lepage, Guy Madden, Bruce McDonald, Don McKellar, Patricia Rozema, Mina Shum, John Smith, Lynne Stopkewich et Denis Villeneuve ressortent en tant que cinéastes dont l'œuvre a été couverte d'éloges à l'étranger et a attiré des auditoires enthousiastes.

<sup>1</sup> Discours marquant le 30<sup>e</sup> anniversaire de Téléfilm Canada, Montréal, février 1998  
<sup>2</sup> Statistique Canada, *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité : perspective statistique*, N° de cat. 87-211 XPB [19 décembre 1998] et *L'Enquête sur les cinémas*, N° de cat. 87F0009XPF [24 août 1998].  
<sup>3</sup> Ibid.  
<sup>4</sup> Groupe Angus Reid, Inc., *Canadians at the Movies: Attitudes and Behaviours towards Canadian Cinema*, avril 1998.

Les partenaires sont multiples dans l'industrie cinématographique - créateurs, producteurs, distributeurs, exploitants de salles, clubs vidéo, radio-diffuseurs, consommateurs et gouvernements. Mais il y a un seul et unique défi : un meilleur avenir pour l'industrie canadienne du cinéma. -SHEILA COPPS, MINISTRE DU PATRIMOINE CANADIEN<sup>1</sup>

3. Le nouveau fonds de financement des longs métrages fonctionnerait comme suit :
  - la plus grande part des sommes (jusqu'à 80 %) serait versée sous forme automatique suivant une méthode de calcul fondée sur les recettes au guichet et le succès sur la scène internationale;
  - pas moins de 20 % des fonds seraient attribués de manière sélective à des projets qui ne répondent pas aux conditions de financement automatique ainsi qu'à des projets de nouveaux cinéastes, à des initiatives de formation et aux cinémathèques du Canada;
  - le Fonds serait administré par un conseil mixte privé-public qui serait composé en majorité de représentants de l'industrie.
4. Un partenariat plus solide devrait être établi avec les institutions culturelles nationales du Canada et comprendre les mesures suivantes :
  - une contribution de la SRC/CBC d'au moins 25 millions de dollars en investissement dans la production et en achat de droits de diffusion de longs métrages canadiens indépendants;
  - une contribution d'au moins 5 millions de dollars de l'Office national du film à un fonds destiné aux nouveaux cinéastes.
5. Des directives devraient être adressées au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) de collaborer avec les radiodiffuseurs pour que ceux-ci augmentent leur participation à la production indépendante, à la programmation et à la promotion de longs métrages canadiens.
6. Il faudrait élaborer de nouvelles options réglementaires ou législatives en vue de renforcer le secteur canadien de la distribution.
7. Il faudrait envisager des possibilités de stimuler le financement du secteur privé, notamment par :
  - la modification du Programme de prêts de Téléfilm, et
  - la création d'un fonds de capital de risque de travailleurs.

Essentiellement, nous croyons que le Canada doit favoriser un milieu qui propose au public canadien un choix de plus en plus grand de films canadiens, qui permette aux cinéastes canadiens de poursuivre la production de films exceptionnels et qui assure que le Canada continuera d'être applaudi dans le monde entier pour l'originalité et le caractère divertissant de ses films.

Les Canadiens méritent de se voir et de voir leur histoire, leur géographie et leur vécu au grand écran.

Pour réaliser ces objectifs, les secteurs public et privé doivent collaborer afin de garantir que l'industrie canadienne du long métrage dispose de ressources financières suffisantes pour faire des films que les Canadiens et le monde entier voudront voir. Nous recommandons à l'unanimité que l'on mette à la disposition de l'industrie au moins 150 millions de dollars par an pour réaliser les objectifs que nous avons fixés. Cette somme est constituée de montants provenant de sources existantes, auxquels s'ajoute un investissement supplémentaire de 50 millions de dollars du gouvernement fédéral. Les principaux éléments de cette recommandation sont définis dans les points suivants :

1. Le gouvernement fédéral devrait modifier le Crédit d'impôt pour services de production de manière que seuls les producteurs canadiens de longs métrages canadiens destinés aux salles de cinéma aient accès au programme. Le Comité recommande que le taux du calcul du crédit d'impôt soit porté de 11 % à au moins 20 % et que ce calcul soit considérablement simplifié et basé sur les coûts de main-d'œuvre non plafonnés. Cette méthode aboutirait à un calcul beaucoup plus simple du crédit d'impôt et éliminerait plusieurs des contrôles qui favorisent aujourd'hui les producteurs étrangers au détriment des producteurs canadiens. Ce changement témoignerait de l'engagement du gouvernement fédéral envers l'industrie du long métrage en lui consacrant un programme fiscal qui lui soit propre sans avoir besoin de nouvelles ressources financières. On estime que ces changements mettraient environ 55 millions de dollars à la disposition des producteurs canadiens pour des productions canadiennes.
2. Un nouveau fonds de financement des longs métrages devrait être créé et doté ainsi :

- l'injection de nouveaux fonds d'au moins 50 millions de dollars par le gouvernement fédéral pour soutenir la production, la distribution et la commercialisation des longs métrages canadiens; et
- le regroupement d'au moins 53 millions de dollars provenant des fonds actuels de Téléfilm Canada et du Fonds canadien de télévision destinés aux longs métrages.

Par ailleurs, le budget des films au Canada est en baisse depuis quelques années, en partie à cause de la diminution du financement gouvernemental. Cette situation freine l'élan artistique des cinéastes et restreint leurs possibilités de raconter des histoires.

### La voie vers le succès du long métrage

Les cinéastes canadiens ne recherchent pas les budgets astronomiques de leurs collègues de Hollywood. Nous croyons néanmoins que les secteurs public et privé doivent travailler de concert pour favoriser un milieu où les cinéastes ont accès à un financement stable et peuvent avoir la possibilité d'affecter des sommes raisonnables à la promotion.

Après avoir mûrement réfléchi au paysage dans lequel évolue le cinéma, aux réussites de l'industrie et aux défis qu'elle continue d'affronter, nous présentons des recommandations qui constituent, selon nous, le meilleur train de mesures possibles pour réaliser nos objectifs pour le long métrage canadien.

### Nos conclusions sont, dans les grandes lignes, les suivantes :

- Il faut apporter des changements structurels aux programmes fiscaux soutenant le long métrage canadien pour les rendre plus efficaces.
- Le gouvernement fédéral doit consentir un nouvel investissement majeur pour assurer une saine industrie canadienne du long métrage.
- Il faut consolider les institutions et les programmes actuels et recentrer leur action pour maximiser les bénéfices qu'en tirent l'industrie du long métrage et les cinéphilles canadiens.

### En termes simples, nous croyons qu'il faut au moins atteindre les objectifs suivants d'ici l'an 2004 :

- une hausse du temps d'écran de 2 % à 10 % pour les films canadiens;
- une hausse de la production annuelle de longs métrages canadiens;
- une hausse de la part de recettes des films canadiens au guichet;
- une hausse de la qualité des films canadiens;
- une hausse du budget moyen des films canadiens;
- une hausse de l'appui du secteur public aux longs métrages canadiens;
- une hausse de l'investissement privé dans les longs métrages canadiens;
- une hausse de la portée et de la qualité des initiatives canadiennes en matière de distribution et de commercialisation.

Exotica, Jésus de Montréal, Un zoo la nuit, Eldorado, Le Confessionnal, Le Déclin de l'empire américain, Les Boys, Thirty-two Short Films about Glenn Gould, De beaux lendemains, The Hanging Garden, Le Violon Rouge, Last Night, 2 secondes et Un 32 août sur Terre ne sont que quelques-unes des productions canadiennes qui ont été applaudies par la critique internationale et ont eu un succès commercial.

Nous sommes fiers de ces films et de leurs créateurs. Ils projettent à l'étranger une image de nous-mêmes et de notre pays – l'estime qu'ils nous valent et leur contribution à la promotion de la culture et du commerce canadiens sont immenses.

Sur le plan économique, le long métrage fait partie intégrante du secteur de la production cinématographique et télévisuelle, qui représente plus de 30 000 emplois directs et contribue 2,8 milliards de dollars à l'économie du Canada. Ce secteur industriel s'alimente à la fois aux sources publiques et privées. Chaque dollar d'investissement fédéral dans le long métrage génère 3,88 \$ d'investissements d'autres sources. Ensemble, ces investissements suscitent des retombées chez les fournisseurs et les secteurs connexes.

On ne saurait mentionner ces réalisations sans porter un regard honnête sur le milieu peu hospitalier dans lequel travaillent les cinéastes canadiens. En fait, cet environnement a toujours été hostile à la création de longs métrages canadiens, même avant que le gouvernement commence à planifier un soutien financier actif à leur égard durant les années 60.

En moyenne, les films canadiens ne représentent que 2 % à 3 % des recettes au guichet. Plus de 85 % des sommes que les Canadiens consacrent au cinéma vont à des entreprises qui sont surtout étrangères. Ces statistiques en disent long sur les films avec lesquels rivalisent les longs métrages canadiens. Le budget moyen d'un long métrage

canadien ne se compare pas à ceux des films étrangers. De nos jours, on dépense 1,5 million de dollars pour faire un film au Canada; 10 % de ce montant, soit 150 000 \$, est affecté à la promotion. Les cinéastes américains, quant à eux, disposent d'environ 76 millions de dollars par film, dont quelque 20 millions de dollars pour sa seule commercialisation à l'échelle mondiale.

Le réalisateur François Girard s'apprete à tourner une scène du VIOLON ROUGE





## Résumé

À l'occasion du 30<sup>e</sup> anniversaire de Téléfilm Canada en février 1998, la ministre du Patrimoine canadien, Mme Sheila Copps, a lancé un examen de la politique cinématographique canadienne.

Pour l'aider dans cette étude et la conseiller, Mme Copps a réuni des représentants de l'industrie du film. Notre groupe de 13 membres représente un bon échantillon des disciplines liées à la production, à la distribution et à l'exploitation des longs métrages canadiens. Collectivement, nous avons une expérience de chaque région du Canada et connaissons bien le milieu international du cinéma.

Notre participation à l'examen de la politique cinématographique canadienne a tiré profit des commentaires éclairés et enthousiastes d'une centaine de personnes, d'associations et d'entreprises. Nous avons aussi bénéficié de l'expertise de plus de 80 spécialistes de l'industrie du long métrage que nous avons réunis lors de tables rondes au cours de l'été.

Les mémoires écrits, les soumissions transmises par Internet et les consultations régionales ont décrit les défis traditionnels du long métrage canadien. Plusieurs ont même offert des solutions originales. Le Comité consultatif sur le long métrage a été unanime, à une ou deux exceptions près, sur la direction que doit maintenant prendre le gouvernement fédéral.

Nous croyons que nos recommandations contribueront à augmenter la capacité de production, la diversité et la disponibilité des films canadiens.

### Des jalons dans un environnement peu favorable

Les Canadiens aiment aller au cinéma. La fréquentation des salles et les recettes perçues au guichet sont en hausse.

Les Canadiens sont très bien disposés envers le cinéma canadien. Un sondage de la maison Angus Reid révèle qu'une majorité de répondants croit qu'il est important de pouvoir voir des films canadiens à l'écran de leur cinéma local.

Les Canadiens ne sont pas seuls à apprécier les longs métrages canadiens. Dans le monde entier, les films et les cinéastes canadiens font parler d'eux lors des grands festivals du cinéma, comme ceux de Berlin, Cannes, Venise et Sundance, pour n'en nommer que quelques-uns. C'est à ton tour, *Laura Cadieux, Crash, Double Happiness,*

# Membres du Comité consultatif sur le long métrage

Tom Berry

Représentant l'Association canadienne de production de film et de télévision, Président, Legend Entertainment, et producteur, Allegro Films

S. Wayne Clarkson

Directeur général, Centre canadien du film

Lisa de Wilde

Présidente, TMN Networks Inc.

Michael Donovan

Représentant l'Association canadienne de production de film et de télévision, Président-directeur général, Salter Street Films Ltd.

Ted East

Représentant l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, Vice-président de la Production et des Acquisitions, Alliance Pictures

Roger Frappier

Représentant l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, Président et producteur, Max Films

Michael Herman

Directeur, Motion Picture Theatre Associations of Canada

Robert Lantos

Serendipity Point Films, et président honoraire, Alliance Atlantis Communications

André Link

Représentant l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, Chef de la direction, Films Lions Gate Inc.

Denise Robert

Représentant l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, Présidente, Cinémathèque Inc., et présidente du conseil, Cinémathèque québécoise

Tom Rowe

Représentant l'Association canadienne de production de film et de télévision, Président des Affaires créatives, Pacific Motion Pictures

Michael Spencer

Directeur général de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (1968-1978)

Président, Le Garant d'achèvement

Carole Vivier

Directrice générale, Manitoba Film & Sound Recording Development Corporation



Table des matières

Membres du Comité consultatif sur le long métrage - i

Résumé - ii

1. Introduction - 1

2. Le cinéma vérité du Canada - 3

3. Où allons-nous? - 5

Objectifs pour l'industrie canadienne du long métrage - 5

Des changements fondamentaux - 6

4. Remaniement du Crédit d'impôt pour services de production - 9

5. Un nouveau fonds de financement des longs métrages - 11

Futur du financement fédéral - 11

Consolidation des programmes actuels - 12

6. Le nouveau fonds de financement des longs métrages - 13

programmes et administration - 13

Financement automatique de la production et de la commercialisation - 13

Financement selectif pour une première production et la location - 13

Appui au patrimoine audiovisuel du Canada - 14

Mécanismes d'administration et de financement - 14

7. Partenariats avec les institutions culturelles canadiennes - 15

La SRC/CBC - 15

L'Office national du film du Canada - 16

8. Accroissement de la participation des radiodiffuseurs public et privés - 17

Investissement et droits de licence - 17

Meilleure programmation - 18

Crédit en temps - 18

Occasions de promotion en ondes - 18

Un plus grand apport des entreprises de radiodiffusion - 18

9. Renforcement du secteur canadien de la distribution - 19

Maintien des politiques - 19

Renforcement des politiques - 19

10. Autres options visant à stimuler les investissements privés - 21

Flexibilité du Programme de cautionnements de prêts de Téléfilm - 21

Création d'un fonds de capital de risque de travailleurs - 21

11. Conclusion - 23

Annexe : Recommandations - 25

On peut se procurer des exemplaires de ce document auprès de :

Ministère du Patrimoine canadien  
Direction générale des industries culturelles  
15, rue Eddy, 4<sup>e</sup> étages  
Hull (Québec) K1A 0M5

Téléphone : (819) 997-5690  
Télécopieur : (819) 997-5709

Internet: <http://www.pch.gc.ca>

© Ministère des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada 1999  
Cat. No. CH44-1/1999  
ISBN 0-662-64021-7



Patrimoine  
canadien

Canadian  
Heritage

Canada

# La voie du succès

rapport du comité  
consultatif sur le  
long métrage



3 1761 11465548 3



Patrimoine  
canadien  
Canadian  
Heritage

Canada

la voie du succès

long métrage  
rapport du comité  
consultatif sur le